电视节目微信公众平台互动传播策略

王 丹
（驻马店广播电视台，河南 驻马店 463000）

摘 要：微信自诞生起不过短短十年间便发展成为国内即时移动社交平台的领军品牌，这是其具有独特技术优势的必然结果。就电视节目的互动传播而言，微信公众平台不仅受众面大、数量多、传播速度快，而且形式多样，内容丰富，吸引力大。不过，实践过程中个别电视节目微信公众平台互动传播却存在形式刻板、内容单一，时效性不足，信息量有限等问题，已不同程度制约了微信公众平台充分发挥积极作用。新时期电视节目微信公众平台优化传播互动当格外关注保持同步和充分拓展的基本方向，不仅需要提高认识水平、完善制度供给，而且需要保持合理适度的信息分享与交流热度，突出专业特色，还要充分利用数据分析提升主动推送的精准性、有效性。

关键词：电视节目；微信公众平台；互动传播；数据分析；精准推送　　**中图分类号：**G216　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）06-044-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.06.012
本文著录格式：王丹 . 电视节目微信公众平台互动传播策略 [J]. 中国传媒科技，2022（06）：44-46.

十年前的腾讯在总结 QQ 发展经验基础上推出了升级版即时移动通讯产品微信。短短十年间，微信便发展成为国内首屈一指的互联网社交平台，绝大多数国人也早已习惯了通过微信维护人际关系、保持沟通交流。在个人即时通讯基础上，微信同样关注到了广大机构用户。公众平台就是微信面向机构与个人的线上平台。这个全新拓展的功能模块不仅能够满足包括企事业单位在内的机构对外宣传的客观要求，而且能够基于微信公开的 API 接口自行开发属于本单位的第三方线上平台。如此一来，机构不仅能够便捷顺畅地无缝对接本单位内各项业务或事务，而且能够充分利用公众平台的强大技术优势迅速扩展受众面，进而在兼顾保存量、促增量基础上不断深化交流互动、强化受众黏性。包括电视传播在内，越来越多传统行业迅速意识到微信公众平台在突破业务瓶颈、应对市场竞争挑战中的重要价值，因而纷纷加快构建微信公众平台的步伐，并通过不断探索微信公众平台应用模式提升创新发展水平。

1. 微信公众平台互动传播技术优势

1.1 形式多样，内容丰富，吸引力大

作为腾讯继 QQ 后创新升级的社交平台，微信进一步强化了形式的多样性和内容的丰富性，在传统的文字、图片等基础性应用上新增了更多视频、图像功能，从而使微信及公众平台形成了集平面与立体、静态和动态于一身的综合化社交平台。由此，微信前所未有地提升了对受众的吸引力，这也是微信能够在短短十年间发展成为居于龙头地位社交平台的重要原因之一。

就电视节目而言，微信公众平台形式多样，内容丰富，吸引力大的特色至少能够发挥两个方面的积极作用。

其一，帮助机构在对外传播活动中拥有庞大的备选项目，使电视节目线上传播基本不会受到技术的限制或束缚。这有助于电视节目在微信公众平台上的互动传播过程更加游刃有余、随心所欲，也有利于电视节目的线上传播能不断增强受众的忠诚度，使被新媒体不断分流的受众基础逐渐稳固、夯实。

其二，平台多样化的技术支持本身就有助于电视节目的线上传播不断探索创新优化的渠道与策略。[1] 正是由于微信公众平台不断拓展创新服务和应用，电视节目得以持续提升创新意识，进一步增强创意灵感。这其实是双方互相促进、共同发展的渐进过程，于微信和电视传播而言都是大有助益的科学发展新机制与新模式。

1.2 受众面大、数量多、传播速度快

据《中国互联网络发展状况统计报告》连续数年的统计显示，国内即时通讯领域中无论固定端还是移动端，网民使用占比均超过 95%。其中绝大部分网民都是微信及公众平台的忠实受众。随着最早接受微信及公众平台的中青年受众逐渐熟悉并持续深入应用，微信及公众平台的影响力开始产生溢出效应。正如现代营销学中有“一个客户背后往往有一百五十个潜在客户”的理论所言，中青年受众的言传身教让其周边越来越多不同年龄段、不同学历背景、不同生活环境的民众意识到了微信的积极作用。于是，经过十年发展，微信成为当前国内网民使用互联网社交平台的首选。

受众面大、数量多、传播速度快，如此显著的技术优势不仅助力微信公众平台稳居行业领先，同样对电视节目线上互动传播产生了引人瞩目的促进作用。尤其涉及各种社会热点或焦点议题时，利用微信公众平台发布消息常常有助于电视节目迅速聚集人气，使电视节目以极少的成本实现更大范围、更深层次的传播与扩散。正

因如此，时下从中央到地方各级电视台主要节目均已基本构建起各自微信公众平台，在日常播出过程中也常会在醒目位置标示平台的链接方式。由此可见，电视节目基于微信公众平台深化互动传播不仅早已成为发展潮流，且已经在各地电视传播机构中形成了相对成熟系统的发展机制和模式。[2]

2. 电视节目微信公众平台互动传播常见问题

2.1 形式刻板、内容单一

虽然微信公众平台的运营已经成为不少电视传播机构的常态化操作，然而并非所有地方电视传播机构的电视节目都获得了较为理想的传播效果。相反，不同地区之间发展不均衡的客观性决定了当前仍有部分电视传播机构的线上传播存在形式刻板、内容单一的局限性。

这些机构中的电视节目微信公众平台如同复制粘贴，仅仅是电视台播出内容的重复。更有个别机构在微信公众平台上播出的电视节目相对滞后，难以满足网络用户追求快速高效的现实要求。

应当说，电视传播机构开通微信公众平台的初衷往往是基于技术支持探索优化创新，进而更加全面的应对新媒体传播的种种压力与挑战。然而实际操作中出现了刻板形式和内容单一的缺陷，这至少说明传播机构方面存在两个较为严重的问题。

其一，机构搭建微信公众平台时并未切实树立互联网思维，而是简单肤浅地将平台视作传统电视传播方式的线上版本。[3] 从根源上分析，这其实是电视传播机构管理思想陈旧、观念落后的具体表现。正是由于在思想观念的层面缺乏对平台化操作的充分认知、全面理解，电视节目微信公众平台才会抑长扬短，弱化了互联网技术优势。

其二，机构在搭建微信公众平台及运营维护中缺乏高度系统和规范的制度体系。互联网全面普及后，基于网络与信息技术加快传播行业转型升级最核心的环节之一就是完备的管理制度。这是克服之前粗放、随意管理缺陷的重中之重，也是实现管理活动优质高效的先决条件之一。而部分电视传播机构恰恰存在制度建设缺陷或漏洞，因而造成电视节目微信公众平台互动传播实践无章可循、刻板单一的困局。

2.2 时效性不足，信息量有限

相对刻板单一的形式与内容其实还意味着另一类不足之处，也就是电视节目微信公众平台互动传播时效性不足，信息量有限。平台传播与社会热点、焦点问题缺乏结合度，也就是抓不住热点、亮点、焦点，难以激发受众积极围观的兴趣和热情。[4] 尤其在新闻类、资讯类节目传播过程中，平台播出的内容承载信息量与电视播出大同小异，网民线上观看获得的体验并不优于普通电视观众的观看效果。特别是一些平台播出内容缺乏与网民线上互动和交流，造成线上观看的受众无法享受即时社交的良好服务。这也是部分电视节目微信公众平台互动传播遭遇诟病的重要原因。

此外，个别电视传播机构对线上传播事前准备不充分、事后挖掘不及时，造成网民无法通过机构搭建的微信公众平台查询获取相应信息。这也是制约电视节目平台互动传播的重要因素之一。

3. 电视节目微信公众平台优化互动传播的基本方向

3.1 保持同步

信息时代大背景下，线上互动传播已经成为传播领域未来发展的重要组织和根本趋势，传统媒体应更加积极主动地拥抱互联网，这是基于技术支持全面转型升级的客观需要。因此，电视节目微信公众平台务要加快优化创新，以更加立体的传播机制、模式应对新媒体严峻的挑战。

新时期电视节目微信公众平台优化互动传播需要坚持的基本方向之一就是保持同步。具体来说就是线上线下保持同步传播。同步决定了普通电视观念与互联网网民能够获得同等数量、品质的传播内容，且平台传播不必受限于时间和地点的限制，因此同步传播也是实现全面覆盖的根本前提。

在发展到一定程度后，对有条件和有一些经验的机构而言，适当超前提供资讯是进一步发挥平台传播优势的有益策略。[5] 比如新闻类、资讯类节目正式播出前进行内容简介、概要说明；影视类、综艺类节目播出前有片头花絮等。不同地区电视机构在微信公众平台互动传播中可以结合自身实际适当超前，但同步仍然是确保平台传播保持品质和效率的核心。

3.2 充分拓展

相较于新媒体的时效优势，传统电视传播拥有的往往是高度专业、严谨、权威的深度报道。全面性也是电视节目基于微信公众平台突破瓶颈的切入点。要实现更加全面有效的传播，电视节目微信公众平台的优化就需要坚持充分拓展的战略方向。简而言之，就是要利用专业传媒的知识、技术、社会关系等各种有利条件为受众提供新媒体难以企及的丰富资讯。

比如在新闻或资讯内容传播中，挖掘表象之下的真相、探讨现象之中的本质都是电视节目用好微信公众平台、优化互动传播的抓手。坚持充分拓展的基本方向就是要探寻和掌握常人难以了解、不曾意识到、容易忽略的细节、真相。这既是电视节目充分优化微信公众平台互动传播的切入点，也是传统媒体基于信息技术超越新媒体的突破口。[6]

4. 电视节目微信公众平台互动传播优化策略

4.1 提高认识水平，完善制度供给

作为线上传播的重要组成，微信公众平台的搭建及运营维护都有一定专业性和技术性的客观要求。只有切实关注和重视平台传播的价值与意义，电视传媒才能实现公众平台互动传播的优质高效。要达到这些目的，电视传媒首先需要提高认识水平，完善制度供给，这是电视节目微信公众平台互动传播优化创新的先决条件之一。

比如明确定期运营维护的目标、要求、特点、形式、内容，要充分细化到每个页面的布局、结构、文字、图像等要素的设计及成型效果等。又如，充分明确平台运营维护相关各方的权利义务，对不尽责、不作为等违规违纪情况的处置办法等。微信公众平台传播的主要特点之一是与网民的实时互动。这也是间接展示电视机构形象、树立节目品牌的过程。因此做好微信公众平台的运营维护工作与在电视上播出节目同等重要。[7] 只有充分明确责任并落实责任，电视节目的平台互动与传播才能保质保量保效率。这也是持续提高线上传播水平的重中之重。

4.2 保持合理适度的信息分享与交流热度，突出专业特色

微信公众平台一经推出便受到机构的广泛欢迎，其中一个重要原因就是促成了机构与客户、受众的密切沟通与交流，有利于机构随时随地了解和掌握客户需要。这是机构优化营销管理的重大突破。同样的道理，电视传媒利用微信公众平台深化互动传播也要着眼于与观众在线上的互动，这需要保持合理适度的信息分享与交流热度，突出专业特色。

比如既要充分利用后台程序优化自动应答，提升机器回复的时效性、有效性、准确性，也要视情况安排专人值守。一般情况下，可以采取工作日内、工作时间内有人值守，其余时间由机器人自动应答和回复网民的提问。

又如，运营维护人员需要及时关注各种社会热点、焦点问题，及时向平台内补充各种知识、资讯以方便受众线上查询。值守人员则要具备相对丰富的理论知识、社会经验、人生阅历，在发现热点、焦点问题时能够适时回应，并视具体情况激发受众积极参与讨论的热情，营造更加热烈的环境氛围等。

再如，需要提升工作人员的观察力和敏锐度，及时发现互动交流中潜在的矛盾冲突问题，并利用专业传媒的系统性储备给予受众答复。若受众对某个议题分歧巨大，且表现出思维或情感混乱、迷惘时，专业的电视人也需要及时出手引导、澄清。只有在平台上充分彰显传统电视媒体的专业性、权威性，电视节目微信公众平台才能在互动传播中树立良好形象，才能获得受众的认同和信任，从而成为权威发布的代言人。

4.3 充分利用数据分析提升主动推送的精准性、有效性

优秀的电视节目如同精美商品，同样需要广而告之才能为更多消费者了解。微信公众平台的营销功能则为机构精准推广提供了条件与机会。充分利用数据分析提升主动推送的精准性、有效性，电视节目也可以由此实现对微信公众平台互动传播的优化创新。[8]

比如在一档新节目正式播出前，借助大数据分析研究得到潜在的目标受众群像，再据此定点投放广告，进而从受众反馈的情况决定节目是否需要进一步调整或更新等。

再如，利用微信公众平台设计多种分类调查表，再分门别类投放到各自对应的受众端口，进而回收更具针对性的调查回复等。这是避免大水漫灌式调查导致石沉大海后果的改进措施。

结语

随着微信在国内外普及程度持续深入，传播领域中电视节目开通微信公众平台早已成为从中央到地方各级电视台的常规操作。各地电视节目微信公众平台也通过线上方式取得了线下传播难以企及的良好效果。不过，受到运营经验、管理理念、业务模式等多种因素影响，各地电视节目微信公众平台能够达到的互动传播效果却存在相当大的差异性。这固然是由于部分电视传播缺乏足够的互联网技术支持，在运营公众平台时出现了各种缺陷或漏洞。电视节目在微信公众平台互动传播中缺乏吸引力的关键在于缺乏互联网思维，在运营和维护微信公众平台过程中被动、迟缓、创新不足。因此，各地电视传播领域中微信公众平台互动传播不仅需要在物理层面搭建线上传播平台，更加需要的是深入理解、全面掌握线上传播活动的宗旨、目标、特点、要求，进而才能在电视节目微信公众平台互动传播中走出一条实事求是、因地制宜、适销对路的个性化道路。这不仅是新时期电视节目微信公众平台优化互动传播的重要手段，也是传统电视媒介基于互联网传播的技术优势、平台支撑实现转型升级、提质增效的必由之路。媒

参考文献

[1] 张光明 . 浅谈新媒体时代如何做好电视新闻编辑工作 [J]. 中外交流，2016（30）：192.

[2] 李晓波 . 浅议新媒体时代如何做好报纸编辑工作 [J]. 科技风，2017（3）：218.

[3] 杨婉坤 . 新媒体时代如何有效做好电视新闻编辑工作 [J]. 西部广播电视，2018（6）：160−162.

[4] 张默 . 电视综艺节目微信公众平台互动传播研究 [D]. 长春：吉林大学，2019.

[5] 凌溯 . 基于微信公众号传播电视节目平台建设的探析 [J]. 电视指南，2017（7）：183.

[6] 刘敏慧 . 电视娱乐节目微信公众号的互动性研究 [D]. 成都：四川师范大学，2016.

[7] 王嘉俐 . 电视综艺节目微信公众平台互动传播研究 [D]. 长沙：湖南大学，2016.

[8] 陈翔 . 新媒体背景下的电视节目发展策略探析 [J]. 中国传媒科技，2021（9）：100−102.

作者简介：王丹（1981−），女，河南驻马店，主任编辑（副高），研究方向：新闻传播、电视节目、电视直播、新媒体节目融合。

（责任编辑：张晓婧）